

# 國立中正文化中心國家音樂廳觀賞者對表演藝術節目與設施評估之研究

## Client Evaluation of Performance of the Arts at the National Concert Hall, National Chiang Kai-Shek Cultural Center, R.O.C.

詹雅瑜 Ya-Yu Chan\*

蔡進發 Chin-Fa Tsai\*\*

董育任 Yu-Jen Tung\*\*\*

黃宗成 Tzung-Cheng Huan\*\*\*\*

### 摘要

藝術是文化資源，也是經濟資源，而藝術更是觀光業的資產。它不但能吸引觀光客，亦能賺取外匯。此外，由於廿世紀末人類休閒生活和消費方式重大的改變，加上人們受到良好的教育，資訊社會所帶來的富庶，使得音樂、戲劇、舞蹈等表演藝術逐漸成為廿一世紀人類主要的休閒活動之一。因此本研究特以國立中正文化中心之國家音樂廳為例，旨在瞭解表演藝術觀賞者之個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度、與觀賞後評估準則滿意度為何；表演藝術觀賞者個人背景與其觀賞動機之關係；表演藝術觀賞者的觀賞動機與其觀賞前評估準則重視度之關係；表演藝術觀賞者之觀賞前評估準則重視度與其觀賞後評估準則滿意度之差異。本研究結果不僅在探討及建立表演藝術觀賞者在決定是否出席欣賞藝術活動時的評估因子及決策模式，並可將研究成果作為表演藝術相關機關未來在營運管理時之參考。

**關鍵詞：**表演藝術、評估準則、國家音樂廳、國立中正文化中心

---

\* 國立嘉義大學音樂系講師

\*\* 國立嘉義大學企業管理系講師

\*\*\* 交通部觀光局馬祖國家風景區管理處遊憩課課員

\*\*\*\* 國立嘉義大學管理研究所助理教授，聯絡地址：嘉義市林森東路 151 號

(Email: tchuan@ms50.url.com.tw)

## ABSTRACT

*The arts could be cultural, economics, and tourism resources. They can attract tourists and bring new money into a country. Attending concerts, opera, and dance are major leisure activities. The purpose of this research was to evaluate Performance of the Arts at the National Concert Hall of National Chiang Kai-Shek Cultural Center, R.O.C. from the point of view of clients. The four research objectives were to create baseline information on the audiences' attributes including demographics, motivation, expectations, satisfaction, investigate the relationships between audiences' demographics and motivation factors, investigate the relationships between audiences' motivation and expectations, and investigate the relationships between audiences' expectations and satisfaction. To pursue the above research objectives, segments of the audiences were identified and how the performances and physical facility are influencing the different segments' use of the concert hall was elucidated. The findings of this research were input for strategic planning generally as well as for use in operational planning, strategy development and marketing by National Chiang Kai-Shek Cultural Center.*

**Keywords :** *performance of the arts, client evaluation, National Concert Hall, National Chiang Kai-Shek Cultural Center*

## 一、研究問題

藝術是文化資源，也是經濟資源。而藝術更是觀光業的資產(Naisbitt and Aburden, trans., 1990)，它不但能吸引觀光客，亦能賺取外幣(Arts Council of Great Britain, 1985, as cited in Hughes, 1998)。以戲劇院、音樂廳、博物館、展覽室和藝術館等典藏展示來說，不但是表演民族文化藝術精華之場所，高居遊憩層級(recreation hierachy)之頂端，且其功能更非僅在滿足城市居民之遊憩需求而已，很多甚至係以全國、全世界人士為招徠對象(Patmore, 1983，引述自李銘輝，1993)。例如，美國紐約林肯中心(Lincoln Center)及百老匯戲院(Broadway Theater)、英國巴比肯藝術中心(Barbican Center)、澳洲雪梨歌劇院(Sydney Opera House)等，不但為世界著名之表演藝術場所，更是舉世聞名之觀光勝地。而又如奧地利維也納音樂、西班牙佛朗明歌舞蹈、夏威夷胡拉舞、蘇俄芭蕾舞、日本能劇等表演藝術，都是觀光客不會輕易錯過的重要觀光節目(李銘輝，1993)。此外，由於廿世紀末人類休閒生活和消費方式重大的改變，加上人們受到良好的教育，資訊社會所帶來的富庶，使得音樂、戲劇、舞蹈等表演藝術逐漸成為廿一世紀人類主要的休閒活動之一。以 92%美國

人來說，藝術是社區生活品質的重要環節。也因此，全美 155 個城市中，就有兩百家專業劇院(Naisbitt and Aburden, trans., 1990)。

而在台灣，為順應時代潮流，政府從事文化建設一大重要措施即建設國立中正文化中心—國家戲劇院與國家音樂廳(簡稱「兩廳院」)，將其定位為國家級且是專門用途之表演藝術場所。所演出節目以 86 年度計約 800 場次，觀眾人數超過 50 萬以上。而兩廳院不但為當前國內最佳之表演藝術場所，在國際間亦名聞遐邇。然兩廳院成立至今 12 年，與其他國外表演藝術場所相比，其歷史仍屬發展、成長期。故如何像歐美國家一樣，招徠全國、甚至吸引其他國家的觀賞者前來為一重要課題。而在此之前，就必須先瞭解觀賞者所重視、所需求的因素為何。根據國外某些表演藝術場所所做的研究結果指出：節目的本身以及環境設施在觀眾的表演藝術出席經驗中是重要的因素；且必須從可具代表性的顧客樣本中，收集這些因素明確性與相對重要性的資料(Kotler and Scheef, trans., 1998)。因此本研究在以觀賞者的角度來探討一個表演藝術場所的設施與所展演的節目內容等各項是否能滿足觀賞者的需求，進而普及欣賞表演藝術人口、提昇國內表演藝術水準與充實國民文化生活內涵，以及檢視觀賞者對兩廳院之評價又是如何。研究問題即是以國立中正文化中心國家音樂廳為例，探討表演藝術觀賞者之個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度、觀賞後評估準則滿意度、及其之間的關係；並期望透過此研究的結果能給予相關主管機關未來在營運管理上的參考及作為改進依據。

## 二、研究背景

民國 66 年，政府為充實國力、強化經濟社會發展、提高國民生活水準，繼十項建設後決定再進行十二項建設。新十二項建設的第十二項是：「建立每一縣市文化中心，包括圖書館、博物館、音樂廳(即演藝廳)。」該項計劃在中央由教育部執行的部分有國立中央圖書館遷建、中正紀念堂區內國家劇院與音樂廳的興建，以及自然科學、科學工藝、海洋三大博物館之規劃興建等項(國家劇院及音樂廳營運管理籌備處，1987)。國立中正文化中心包括國家戲劇院與國家音樂廳(簡稱「兩廳院」)，是政府於民國 67 年 7 月開始籌建，直到 76 年 7 月所有建造及安裝工作止，歷時 9 年，動用經費近新台幣 74 億元(饒嘉齡，1992)，為我國史上第一個由中央政府興建最具規模的藝術場所(張繼高，1987)，亦是國內最高水準的表演藝術中心(饒嘉齡，1992)。且於 76 年 10 月開幕後，即成為台灣地區舞蹈、音樂、戲劇表演重鎮，每年大量引進各國、各類型的演出近 800 場次，不僅刺激本土表演藝術的發展，更給予大眾選擇欣賞各種類型演出的機會，滿足民眾精神上的需求(李惠美，1993)。

兩廳院是我國政府耗資最多，也是國內最具規模的藝術場所，亦是最高水準的表演藝術中心。在啟用當時，教育部就曾經邀請國外各著名演藝團體來兩廳院演出

，並進行主觀問卷測試調查。其結果顯示無論是音響、舞台、照明、空調、座椅等滿意度極高；且許多世界著名演藝人員都曾給予相當高的評價(龐正平, 1993)。但仍有部分人士提出質疑(作者不明, 1987)，例如音樂廳之音響效果的親密性(intimacy)、迴響性(liveness)、醇厚性(warmth)、融合性(blend)不佳等問題出現<sup>1</sup>。此外，就觀眾座位來說，音樂廳的座位太靠近舞台；戲劇院則是中間沒有走道，且二、三樓的欄杆擋住觀眾視線等(林淑美, 彭哲明, 1987)。另外，亦有地下停車場指示燈與動線不明確，且亦過於簡陋、毫無美感(劉盛強, 1987)等問題<sup>2</sup>。然而環境在觀賞者的表演藝術出席經驗中是一項重要的因素；且若要創造出一個能豐富節目安排的環境，不僅要加上各演藝廳所提供節目的本質、硬體設備、財務與人力資源，還須重視觀賞者的偏好、興趣與需求(Kotler and Scheef, trans., 1998)。例如：美國紐約的林肯中心(Lincoln Center)為了改善音響效果共拆改了 6 次；英國的巴比肯藝術中心(Barbican Center)耗時 10 餘年，總支出由 1 千 5 百萬英鎊追加至完工時的 1 億 5 千萬英鎊；澳洲雪梨歌劇院(Sydney Opera House)雖有傑出的外形，但因演出效果不良，政府仍予以關閉 10 年才改正過來(樂為良, 1987)。這些當初也是出現嚴重誤差的表演藝術中心，因不斷修正、改進，如今不僅是著名的表演藝術場所，亦是知名的觀光遊憩據點。以英國為例，有超過 1/10 的海外觀光客到倫敦的唯一理由是為了「劇院」(for London theatre-going)(Gilbert and Lizotte, 1998; Gardiner and Dickety, 1996, as cited in Hughes, 1998)。

兩廳院成立迄今已 12 年，且一直朝者保存及發揚中華表演藝術、提供國內優秀團體和傑出華裔名家表演機會、扶植國內具潛力的表演藝術團體或演出者、配合教育部輔助公立團體政策並安排其節目演出、安排國外精緻表演藝術來台表演以促進國際交流、推廣表演藝術與落實社教功能、推動藝術團體巡迴演出並均衡城鄉文化而努力(李炎, 1997)。但是，兩廳院的設施與所展演的節目是否能符合其上述基本原則和其設立宗旨，並且是否能滿足觀賞者的需求與期望。因此有其必要性以觀賞者的角度來探討問題所在，並檢視觀賞者對兩廳院的評價又是如何。

<sup>1</sup>親密性(intimacy)：指演出的樂聲能直接到達每一位聽眾耳中。迴響性(liveness)：指音樂廳內演奏時有良好的餘音。醇厚性(warmth)：指音樂低音部具有飽滿的音色。融合性(blend)：內部設計使聽眾可聽到樂團演奏間整體性與和諧性。

<sup>2</sup>此部份根據實地與國立中正文化中心相關人員訪談，其表示有關座椅太靠近舞台以及戲劇院無走道等問題，的確受限於戲劇院與音樂廳整體空間之運用，其目的是希望能有更多的觀眾有機會前來欣賞精緻的表演節目。至於有部分視線較差座位，戲劇院與音樂廳則以標明這些座位，並將其列為較低票價出售。而地下停車場指示燈與動線不明確的問題，在後來增修工程中已全部予以改善。

### 三、研究架構

Um and Crompton 於 1992 年探討遊客對於一旅遊目的地的決定過程為何。其研究指出，一個旅遊目的地的決策過程有 3 個階段，分別為早期喚引因素(an early evoked set)、晚期喚引因素(an late evoked set)，以及最後目的地的決定(a final destination decision)。在這 3 個階段中，分別有促進因子(facilitators)和限制因子(inhibitors)影響此決策過程。早期喚引因素中，促進因子是影響一潛在的目的地是否被選擇；晚期喚引因素中，限制因子則是影響最後目的地選擇。易言之，即一個人當接受到一旅遊點的某些訊息時，會引發其想要前往一探究竟的動機；但若要實際付諸於行動時，則會有諸多考量因素來作最後的決定。若將此法則套用在觀賞者身上來說，當觀賞者接受到某一場表演藝術是由某位國際知名表演者來擔綱演出時，可能會吸引其想要前往觀賞的動機；但若要真正動身前往時，則會評估如票價、演出時間等因素。

Day 於 1983 年曾以消費者行為模式來探討人們出席現場音樂會的相關因素為何。而其所用的消費者行為模式中，是由 Engel, Kollat, and Blackwell 於 1968 年所提出(as cited in Hughes, 1987)。其理論是以決策過程為中心，結合相關之內、外因素交互作用所構成。並將消費者行為視為一種連續過程(process)，而非間斷的各別行為(廖欽佐，1994)。此外，Kotler and Scheef(trans., 1998)亦利用消費者行為模式來瞭解表演藝術的觀賞者。其談到各種其他個人的特徵如職業、經濟狀況等，亦會影響消費者的偏好與行為。而動機是消費者受到內、外部刺激所引起的問題或需求；且 Hughes(1987)認為動機亦是決策過程中最關鍵的要素，並且會因個人認知的不同而有理想與現實的考量因素。

以內部刺激來說，個人也許渴望擁有一個愉悅、娛樂性十足的午後，或是藉著預購、捐款來支持某個表演藝術團體；而外部刺激則包含了廣告與來自朋友、同事的口碑推薦。其次，消費者會對產品特質所應具有的相關性與極度重要性進行一連串的評估過程，以衡量是否要出席欣賞一場表演藝術的演出；即當觀賞者決定是否要觀賞一場演出時，其所評估的重要標準為何。例如：因演出的交響曲目而選擇出席某場音樂會、因為欣賞某位獨奏家等。此外，一些其他因素也在評估過程中扮演了部份的角色，例如是否容易找到停車位或票價高低等。而產品特質對消費者的重要性(importance)與顯要性(salience)之間，存有明顯的差異。舉例來說，某交響樂團曾在廣告上大肆宣傳所獲得的獎項與來自各界的好評；但其他像是節目安排和附帶的社交活動，也許對消費者而言更形重要。最後，在購票並經歷一場表演之後，消費者將會流露出某種程度的滿意或不滿意(Kotler and Scheef, trans., 1998)。

經由上述的分析可知，Um and Crompton(1992)之決定旅遊目的地法則的利誘因子與限制因子，支持了本研究架構中觀賞動機會影響觀賞前評估準則重視度之構面。Engel, Blackwell, and Miniard(1995)之消費者行為模式則串聯了本研究架構中四

個構面之關係，其為觀賞者因個人差異性，觀賞動機會不同；觀賞動機亦會影響觀賞前評估準則重視度，而觀賞前評估準則重視度又會造成觀賞後評估準則滿意度之間的差異。而 Kotler and Scheef(trans., 1998)亦以消費者行為模式，對表演藝術的觀賞者的個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度作一番更深入的說明。綜合此分析，決定旅遊目的地法則與消費者行為模式支持了本研究架構之關係。如圖 1 所示。

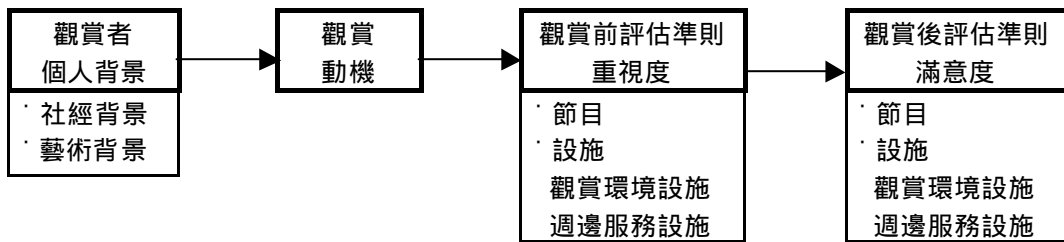


圖 1 研究架構圖

參考來源：Um and Crompton(1992)，Engel, Blackwell, and Miniard(1995)

#### 四、研究目的與假設

國立中正文化中心的籌建耗費最鉅，這也使得國內其他所有的館、廳、中心等表演場地的條件都遠遠瞠乎其後(作者不明，1992)。而為了探討花費龐大的國立中正文化中心其設施與所展演節目是否能滿足觀賞者的需求，本研究以國家音樂廳為例，研擬四個研究目的與三個研究假設，茲將各研究目的與研究假設分述如下。

##### (一) 研究目的

1. 瞭解表演藝術觀賞者之個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度以及觀賞後評估準則滿意度為何。
2. 瞭解表演藝術觀賞者個人背景與其觀賞動機之關係。
3. 瞭解表演藝術觀賞者的觀賞動機與其觀賞前評估準則重視度之關係。
4. 瞭解表演藝術觀賞者之觀賞前評估準則重視度與其觀賞後評估準則滿意度之差異。

##### (二) 研究假設

1. 表演藝術觀賞者個人背景不同，其觀賞動機亦不同。
2. 表演藝術觀賞者的觀賞動機對其觀賞前評估準則重視度有影響。
3. 表演藝術觀賞者之觀賞前評估準則重視度對其觀賞後評估準則滿意度有所不同。

#### 五、研究設計及操作

本研究屬節目與設施評估之調查，故以問卷方式探討其想法是最為合適的方法。對於觀賞者之調查是選擇抽樣場次後再進行全面性普查。抽樣場次是選擇兩廳院

所主辦且票房數超過 8 成之節目進行問卷調查，抽樣日期為民國 88 年 12 月 24 日與 25 日之「1999 耶誕音樂會—世紀平安夜(Moods of Christmas)」，以及民國 89 年 1 月 29 日之「國家音樂廳交響樂團合唱系列 —布蘭詩歌(NSO Concert-Carina Burana)」共計 3 場並發放問卷 3,000 份。而問卷回收 492 份，回收率為 16.4%。經廢卷刪除程序後，本研究問卷調查共獲得有效問卷 458 份。

在問卷結構方面，本問卷內容分為 3 部份：1. 觀賞者的觀賞動機部份。2. 觀賞者之觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度部份。3. 觀賞者之個人基本資料。觀賞動機部份之問項乃測量受訪者對於出席一場表演藝術活動所持的態度為何，因此以 5 點李克特尺度(Likert Scale)表示，受訪者在非常不同意到非常同意 5 個等級中勾選適當之同意程度。觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度部份之變項乃根據國內外文獻，以及與專家深入訪談的結果，並依照國家音樂廳所展演的節目與國立中正文化中心所提供的觀賞環境設施、周邊環境設施共 3 大變項來測量。觀賞前評估準則重視度部份之問項乃測量受訪者對於出席一場表演藝術活動所考慮因素為何，因此以 5 點李克特尺度表示，受訪者在非常不重視到非常重視 5 個等級中勾選適當之重視程度。在觀賞者之觀賞後評估準則滿意度部份之問項乃測量受訪者對於出席一場表演藝術活動後之經驗為何，仍以 5 點李克特尺度表示，受訪者在非常不滿意到非常滿意 5 個等級中勾選適當之滿意程度。而個人基本資料部份之變項根據國內外文獻分為個人社經背景與藝術背景兩大變項，並均採類別尺度加以測量。

在資料分析與方法方面，為瞭解觀賞者個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度，使用敘述性分析(descriptive analysis)以了解觀賞者對於各問項的同意程度、重視程度與滿意程度，與個人背景分配之分佈狀況。並對觀賞動機部分，加以使用因素分析(factor analysis)歸納之其各變項之共同因素。為瞭解表演藝術觀賞者個人背景與其觀賞動機之關係，在分析方法上採用獨立樣本 t 檢定(independent-samples t test)與單因子變異數分析(one-way ANOVA)。為瞭解表演藝術觀賞者的觀賞動機與其觀賞前評估準則重視度之關係，在分析方法上使用相關分析(correlation analysis)。為瞭解表演藝術觀賞者之觀賞前評估準則重視度與其觀賞後評估準則滿意度之差異，在分析方法上則使用配對樣本 t 檢定(paired-samples t test)。

## 六、實證研究結果與分析

### 6.1 觀賞者基本資料

#### (一) 觀賞者個人背景資料

經頻次分析後發現，觀賞者個人社經背景上，性別以女性居多，佔 65.3%，顯

示女性對藝術欣賞較為愛好與熱衷。在年齡上是以 21—30 歲最多，佔 43.7%，其次為 20 歲以下，佔 21.2%；顯示國內藝術欣賞人口仍以年輕人為主。在教育程度上則是以大學最多，佔 44.1%；其次為專科佔 17.9%，研究所(含)以上者佔 17.2%；顯示觀賞者教育程度越高，對表演藝術的參與程度亦越高。在職業上是以學生居多，佔 38.2%；一般企業上班族次之，佔 24.2%；顯示學生仍是表演藝術之主要消費群。

在個人平均月收入上是以 10,000 元以下最多，佔 37.1%，與職業對照應為學生之收入。在個人藝術背景方面，對於藝術興趣受誰影響上，絕大部分的觀賞者沒有受誰影響，佔 52%，顯示觀賞者對於藝術欣賞是發自於內心。對於學習藝術課程上，學習過音樂類居多，佔 45%；顯示國內之藝術教育長期以來是以音樂方面較為完整有極大的關係；亦可能因是音樂節目，有學過音樂類的觀賞者比較會前來欣賞。參加藝術團體上，則只有 39.1%之觀賞者曾參加過相關藝術團體。閱讀藝術消息上，有 76.4%之觀賞者平常會閱讀藝術類書籍、報章、雜誌之藝術消息；顯示此類書刊所提供之內容對觀賞者而言是重要訊息來源。

每月藝術費用上，大多數觀賞者每月可支配藝術費用為 1,001—3,000 元，佔 46.5%；其次為 1,000 元以下，佔 40.8%；顯示觀賞者對於每月所能支出的藝術消費只在 3,000 元以下。綜合上述，國內表演藝術觀眾是以女性、年齡 30 歲以下、高教育程度、職業為學生與個人月平均收入較少居多；並對於藝術興趣大多沒有受誰影響、學習過音樂類課程最多、參加過相關藝術團體較少、會閱讀藝術消息、每月藝術費用通常在 3,000 元以下。在進行資料分析時，為使統計檢定結果能運用於國立中正文化中心之行政管理，而將年齡、教育程度、個人月平均收入、藝術興趣受誰影響、學習藝術課程、每月藝術費用等，其內各組問項作適當合併。詳細結果如表 1 所示。

## (二) 觀賞動機

研究結果經平均數分析後顯示出，觀賞者最主要之觀賞動機為「培養對藝文活動興趣」(平均值為 4.60)，其次依平均值高低順序排列為：「因節目內容所吸引」、「因個人興趣」與「休閒娛樂」(平均值分別為 4.23、4.19、4.06)；而最不會因「學校或公司規定」、「為表演者捧場」、「因為有套票較便宜」以及「參觀兩廳院」(依平均值低高順序排列分別為 1.92、2.47、2.51、2.58)而前往欣賞表演藝術。此顯示觀賞者之觀賞動機大多是因個人本身因素所造成之內部刺激，例如渴望擁有一個愉悅、娛樂性的夜晚、或加強本身對藝文活動的興趣、或因個人興趣等，而較不會因促銷、規定等外部刺激而去欣賞表演藝術。詳細結果請參見表 2。

本研究為了對觀賞動機的諸多變項達到執簡馭繁之目的，並為檢定觀賞動機對觀賞者個人背景是否有顯著性差異，與觀賞動機對觀賞前評估準則重視度變項有無相互關係，將觀賞動機此一研究構面進行因素分析之主成份分析。觀賞動機之各項



表 1 表演藝術觀賞者個人基本資料分析表

變 項	樣本數	百分比	變 項	樣本數	百分比
<b>性別</b>			<b>職業</b>		
男	159	34.7%	軍警人員	9	2.0%
女	299	65.3%	公教人員	64	14.0%
			學生	175	38.2%
<b>年齡</b>			專業人員	35	7.6%
20歲以下	97	21.2%	一般企業上班族	111	24.2%
21~30歲	200	43.7%	自由業	10	2.2%
31~40歲	76	16.6%	技術勞力工作者	3	0.7%
41~50歲	52	11.4%	服務業	20	4.4%
51~60歲	22	4.8%	無職業	24	5.2%
61歲以上	11	2.4%	其他	7	1.5%
			<b>藝術興趣受誰影響(複選)</b>		
30歲以下	297	64.8%	受父母影響	42	9.2%
31~50歲	200	27.9%	受老師影響	59	12.9%
51歲以上	76	7.2%	受同學朋友影響	104	22.7%
			受其他人影響	54	11.8%
<b>教育程度</b>			沒有興趣	2	0.4%
國小	3	0.7%			
國中	16	3.5%	有受誰影響	220	48.0%
高中職	76	16.6%	沒有受誰影響	238	52.0%
專科	82	17.9%			
大學	202	44.1%	<b>學習藝術課程(複選)</b>		
研究所(含)以上	79	17.2%	音樂類	206	45.0%
			舞蹈類	43	9.4%
高中職(含)以下	76	20.7%	戲劇類	13	2.8%
專科	82	17.9%	民俗曲藝類	11	2.4%
大學	202	44.1%	文學藝術類	50	10.9%
研究所(含)以上	79	17.2%	美術類	83	18.1%
			其他	10	2.2%
<b>個人月平均收入</b>			有	284	62.0%
10,000元以下	170	37.1%	無	174	38.0%
10,001 20,000元	22	4.8%			
20,001 30,000元	48	10.5%	<b>每月藝術費用</b>		
30,001 40,000元	65	14.2%	1,000元以下	187	40.8%
40,001 50,000元	61	13.3%	1,001 3,000元	213	46.5%
50,001 70,000元	58	12.7%	3,001 5,000元	34	7.4%
70,001 100,000元	23	5.0%	5,001 8,000元	7	1.5%
100,001元以上	11	2.4%	8,001 10,000元	6	1.3%
			100,001元以上	11	2.4%
30,000元以下	240	52.4%			
30,001 50,000元	126	27.5%	1,000元以下	187	40.8%
50,001 100,000元	81	17.7%	1,001 3,000元	213	46.5%
100,001元以上	11	2.4%	3,001元以上	58	12.7%
<b>參加藝術團體</b>					
是	179	39.1%			
否	279	60.9%			
<b>閱讀藝術消息</b>			<b>總 計</b>	458	100%
是	350	76.4%			
否	108	23.6%			

表 2 表演藝術觀賞者觀賞動機之統計表

變 項	平均值	標準差
1. 休閒娛樂	4.06	0.83
2. 因為有套票較便宜	2.51	1.01
3. 為支持藝術	3.64	0.92
4. 觀摩學習	3.38	1.02
5. 參觀兩廳院	2.58	1.10
6. 培養對藝文活動興趣	4.60	0.84
7. 為假期所安排的特別節目	3.98	0.95
8. 為慶祝特殊節日	3.57	1.09
9. 有特殊表演者來演出	3.90	0.99
10. 演出者知名度	3.69	1.02
11. 因節目內容所吸引	4.23	0.83
12. 陪親友等來觀賞	3.26	1.03
13. 親友、學校等推薦	3.19	1.06
14. 可培養本身氣質	3.79	1.01
15. 因個人興趣	4.19	0.82
16. 學校或公司等規定	1.92	1.11
17. 為表演者捧場	2.47	1.16
18. 追求臨場感	3.37	1.16
19. 增加欣賞表演藝術經驗	3.70	1.02
20. 報章媒體介紹	3.08	1.09

註：同意分數之評點範圍從「1」表示非常不同意到「5」表示非常同意。

變數以 Quartimax with Kaiser Normalization 旋轉，且經由主成分分析後共萃取特徵值(eigenvalue)大於 1 的 5 個共同因素，其累積寄與率為 56.86%。各因素取因素負荷量(factor loading)絕對值大於 0.44 之變數並加以命名與解釋。5 個因素分別命名如後所述。

因素一「藝術培養因素」：主要代表包括 5 個變項，解釋變異量達 23.31%。依因素負荷量高低順序分別是「增加欣賞表演藝術經驗」、「培養對藝文活動興趣」、「可培養本身氣質」、「為支持藝術」、「觀摩學習」(因素負荷量分別為 0.76、0.70、0.70、0.70、0.54)。以上 5 個變數是為增加觀賞者本身藝術涵養，故命名為「藝術培養因素」。

因素二「藝術偏好因素」：主要代表 4 個變數，解釋變異量達 11.07%，依因素負荷量高低順序分別是「有特殊表演者來演出」、「演出者知名度」、「因節目內容所吸引」、「因個人興趣」、「報章媒體介紹」(因素負荷量分別為 0.82、0.81、0.69、0.58、0.55)。以上 5 個變數是觀賞者在選擇欣賞表演藝術之個人偏好考量，故命名為「藝術偏好因素」。

因素三「藝術推廣因素」：主要代表 4 個變數，解釋變異量達 9.16%，依因素負荷量高低順序分別是「學校或公司規定」、「為表演者捧場」、「親友學校等推薦」、「參觀兩廳院」、「因為有套票較便宜」(因素負荷量分別為 0.71、0.69、0.69、0.52、0.45)。以上 5 個變數為觀賞者因受到外來刺激而前往觀賞表演藝術，故命名為「藝術推廣因素」。

因素四「藝術情感因素」：主要代表 2 個變數，解釋變異量達 8.04%，依因素負荷量高低順序分別是「為慶祝特殊節日」、「為假期所安排的特別節目」、「陪親友等來觀賞」(因素負荷量分別為 0.79、0.73、0.51)。以上 3 個變數為觀賞者安排欣賞表演藝術以增進彼此與其親友之情感，故命名為「藝術情感因素」。

因素五「藝術娛樂因素」：主要代表 2 個變數，解釋變異量達 5.28%，依因素負荷量高低順序分別是「休閒娛樂」、「追求臨場感」。以上 2 個變數為觀賞者以欣賞表演藝術作為其休閒娛樂方式，故命名為「藝術娛樂因素」(因素負荷量分別為 0.71、0.57)。詳細結果請參見表 3。

### (三) 觀賞前評估準則重視度

研究結果經平均數分析後發現，表演藝術觀賞者對於前往國家音樂廳欣賞表演藝術前最重視為「演出水準或品質」，其次依平均值高低順序排列為「音響效果、洗手間的清潔程度、演出者之演奏或演唱等技巧、演出內容」；而最不重視則是「設有禮品供應部可購買相關紀念品等、提供餐飲服務」。整體而言，觀賞者對於觀賞前評估準則呈現高重視度。而若將全部評估準則以平均值超過 4.00 比較，在節目內容部分，11 個變項中有 7 個變項超過此平均值；在觀賞環境設施方面，7 個變項中有 4 個變項超過此平均值；在週邊環境設施部分，12 個變項中則只有 4 個變

表 3 表演藝術觀賞者觀賞動機之因素分析結果

變 項	因素一 藝術培養	因素二 藝術偏好	因素三 藝術推廣	因素四 藝術情感	因素五 藝術娛樂	共通性
19. 增加欣賞表演藝術經驗	0.76					0.55
6. 培養對藝文活動興趣	0.70					0.58
14. 可培養本身氣質	0.70					0.56
3. 為支持藝術	0.70					0.55
4. 觀摩學習	0.54					0.51
9. 有特殊表演者來演出		0.82				0.75
10. 演出者知名度		0.81				0.69
11. 因節目內容所吸引		0.69				0.59
15. 因個人興趣		0.58				0.66
20. 報章媒體介紹		0.55				0.54
16. 學校或公司規定			0.71			0.54
17. 為表演者捧場			0.69			0.55
13. 親友、學校等推薦			0.69			0.54
5. 參觀兩廳院			0.52			0.52
2. 因為有套票較便宜			0.45			0.28
8. 為慶祝特殊節日				0.79		0.68
7. 為假期所安排的特別節目				0.73		0.67
12. 陪親友等來觀賞				0.51		0.57
1. 休閒娛樂					0.71	0.62
18. 追求臨場感					0.57	0.45
特徵值	4.63	2.21	1.83	1.61	1.06	
寄與率	23.31	11.07	9.16	8.04	5.28	
累積寄與率	23.31	34.38	43.54	51.58	56.86	

註：同意分數之評點範圍從「1」表示非常不同意到「5」表示非常同意。

項超過此平均值。此顯示觀賞者對於國家音樂廳所展演的節目內容與其觀賞環境設施持高度重視，而這些評估準則亦是影響觀賞者最終是否出席欣賞表演藝術之關鍵因素。詳細結果請參見表 4。

(四) 觀賞後前評估準則滿意度

研究結果經平均數分析顯示出，表演藝術觀賞者對於在國家音樂廳觀賞完一場表演藝術後前最滿意之評估準則項目為「演出水準或品質、觀眾席內的清潔程度」，其次依平均值高低順序排列為「演出者之演奏或演唱等技巧、演出內容、演出形式」；而最不滿意則是「提供餐飲服務」，其次依平均值低高依序排列為「其他觀眾水準、設有禮品供應部可購買相關紀念品等、座椅舒適度、觀眾席內欣賞品質、票價」。整體而言，除「演出水準或品質、演出者之演奏或演唱等技巧、觀眾席內

表 4 觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度之統計

變 項	重 視 度		滿 意 度	
	平均值	標準差	平均值	標準差
<b>節目內容部分</b>				
票價	3.72	0.75	3.39	0.69
表演者或表演單位的知名度	3.73	0.76	3.72	0.64
演出內容	4.21	0.71	3.93	0.65
演出形式	4.12	0.72	3.93	0.64
演出水準或品質	4.40	0.66	4.03	0.66
演出時間合適與否	4.11	0.72	3.89	0.67
演出者重視觀眾並會回應觀眾要求	3.73	0.80	3.67	0.71
演出者之表演態度	4.19	0.74	3.97	0.69
演出者之演奏或演唱等技巧	4.26	0.67	4.01	0.68
其他觀眾的水準	3.93	0.88	3.26	0.88
觀眾席內欣賞品質	4.16	0.79	3.38	0.94
<b>觀賞環境設施</b>				
觀眾席出入口的動線安排	3.80	0.81	3.57	0.83
座椅舒適度	3.91	0.77	3.36	0.86
與前排座椅距離	3.88	0.81	3.46	0.90
觀眾席內的清潔程度	4.19	0.73	4.03	0.69
舞台效果	4.14	0.70	3.88	0.68
燈光效果	4.11	0.72	3.87	0.66
音響效果	4.30	0.70	3.92	0.72
<b>週邊服務設施</b>				
購票方式	3.86	0.80	3.59	0.84
提供節目資訊服務	3.96	0.75	3.49	0.83
交通便利性	4.09	0.80	3.89	0.84
提供餐飲服務	3.10	0.94	3.18	0.82
設有服務台可供諮詢	3.71	0.79	3.60	0.73
前台服務方式	3.69	0.80	3.63	0.78
服務人員的態度	4.03	0.79	3.86	0.79
設有禮品供應部可購買相關紀念品等	2.95	0.93	3.33	0.68
設有觀賞電視實況轉播休息區	3.35	0.91	3.50	0.75
音樂廳內、廳外設有方向指標	3.92	0.80	3.77	0.79
洗手間之數量與各項衛生用品多寡	4.08	0.79	3.49	0.92
洗手間的清潔程度	4.28	0.76	3.74	0.88

註：1.重視度之評點範圍從「1」表示非常不重視到「5」表示非常重視。

2.滿意度之評點範圍從「1」表示非常不滿意到「5」表示非常滿意。

的清潔程度」3項平均值有超過 4.00 以外，其餘評估準則變數之平均值皆在 4.00 以下。顯示觀賞者對於這些評估準則滿意度大致呈現普通水準之上，對國家音樂廳而言仍有許多可努力空間。如表 4 所示。

## 6.2 觀賞者動機及評估準則之分析

### (一) 影響觀賞動機差異之檢定分析

觀賞者個人背景與觀賞動機各項因素兩個研究構面，經獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析後發現，性別對於「藝術偏好因素」有非常顯著差異，尤其是女性會比男性較因「藝術偏好因素」決定是否前往欣賞，這或許牽涉到了職業的不同緣故，因為男性大多從事繁忙的業務，而女性則有較多的音樂家和表演者。年齡對於「藝術培養因素」、「藝術偏好因素」、「藝術推廣因素」3項有非常顯著差異。進一步利用 LSD 檢定發現：在年齡的 3 群中，「30 歲以下」與「31-50 歲」觀賞者最會以「藝術培養因素」為觀賞動機。年齡在「31-50 歲」比「30 歲以下」觀賞者最會以「藝術偏好因素」為觀賞動機。年齡在「30 歲以下」比「31-50 歲」、更比「50 歲以上」觀賞者則最會以「藝術推廣因素」為觀賞動機。

教育程度對於「藝術培養因素」、「藝術偏好因素」、「藝術推廣因素」有非常顯著差異，而對於「藝術娛樂因素」則有顯著差異。進一步利用 LSD 檢定發現：在教育程度的 4 群中，「高中職(含)以下」與「專科」觀賞者最會以「藝術培養因素」為觀賞動機。在教育程度的 4 群中，「專科」、「大學」與「研究所(含)以上」觀賞者最會以「藝術偏好因素」為觀賞動機，而其中「專科」又比「大學」較為顯著。在教育程度的 4 群中，「高中職(含)以下」觀賞者最會以「藝術推廣因素」為觀賞動機，其中「專科」又比「研究所(含)以上」較為顯著。教育程度在「專科」與「研究所(含)以上」比「高中職(含)以下」觀賞者較會以「藝術娛樂因素」為觀賞動機，上述兩項都顯示了音樂素養會經過年歲和教育的培養，而有不同程度的轉變，在人生過程轉變的同時，也會影響到觀賞者本身，對藝術需求和認知的轉變，因此每一個年齡層或教育程度的觀賞動機皆不同。

個人月平均收入對於「藝術培養因素」、「藝術偏好因素」、「藝術推廣因素」有非常顯著差異。進一步利用 LSD 檢定發現：個人月平均收入在「30,000 元以下」比「30,001-50,000 元」與「50,001-100,000 元」觀賞者最會以「藝術培養因素」為觀賞動機。在個人月平均收入此 4 群中，「30,001-50,000 元」與「50,001-100,000 元」觀賞者最會以「藝術偏好因素」為觀賞動機。在個人月平均收入此 4 群中，「30,000 元以下」觀賞者最會以「藝術推廣因素」為觀賞動機。藝術興趣受誰影響對於「藝術推廣因素」與「藝術情感因素」有非常顯著差異，顯示「藝術推廣因素」與「藝術情感因素」對於藝術興趣有受到人影響的觀賞者來說，是主要觀賞動機。

學習藝術課程對於「藝術推廣因素」有非常顯著差異，而對於「藝術偏好因素

」則有顯著差異，顯示「藝術推廣因素」與「藝術偏好因素」對於有學習過藝術課程的觀賞者是重要的觀賞動機。參加藝術團體對於「藝術推廣因素」與「藝術情感因素」有非常顯著差異，而對「藝術娛樂因素」則有顯著差異。顯示有參加藝術團體的觀賞者是以「藝術推廣因素」為其主要觀賞動機，而沒有參加藝術團體的觀賞者則是以「藝術情感因素」與「藝術娛樂因素」為主要觀賞動機。

閱讀藝術消息對於「藝術培養因素」、「藝術偏好因素」、「藝術情感因素」三項有非常顯著差異，而對「藝術推廣因素」則有顯著差異，顯示平常有閱讀藝術消息的觀賞者是以「藝術培養因素」與「藝術偏好因素」為其主要觀賞動機，而沒有閱讀藝術消息的觀賞者則是以「藝術推廣因素」與「藝術情感因素」是主要觀賞動機。

每月藝術費用對於「藝術偏好因素」與「藝術推廣因素」則有非常顯著差異。進一步利用 LSD 檢定發現：在每月藝術費用的 3 群中，「1,000 3,000 元」與「3,001 元以上」觀賞者最會以「藝術偏好因素」為觀賞動機。在每月藝術費用的 3 群中，「1,001 元以下」觀賞者最會以「藝術推廣因素」為觀賞動機。結果如表 5 所示。

#### (二) 觀賞動機與觀賞前評估準則重視度之相關分析

觀賞動機各項因素與觀賞前評估準則重視度兩個研究構面，經相關分析後發現，觀賞動機為「藝術培養因素」在 0.01 的顯著水準下，對於「演出內容、演出形式、演出水準或品質、演出者之表演態度、演出者之演奏或演唱技巧、其他觀眾水準、觀眾席內欣賞品質、觀眾席出入口的動線安排、觀眾席內的清潔程度、舞台效果、燈光效果、音響效果、提供節目資訊服務、設有服務台可供諮詢、服務人員的態度、設有禮品供應部可購買相關紀念品等、設有觀賞電視實況轉播休息區、音樂廳內外設有方向指標、洗手間之數量與各項衛生用品的多寡、洗手間的清潔程度」是均呈現非常顯著的正相關之情形。而在 0.05 的顯著水準下，對於「表演者或表演單位的知名度、座椅舒適度及提供餐飲服務」則亦呈現顯著的正相關。

觀賞動機為「藝術偏好因素」在 0.01 顯著水準下，對於「表演者或演出單位的知名度、演出內容、演出形式、演出水準或品質、演出時間合適與否、演出者之表演態度、演出者之演奏或演唱技巧、觀眾席內欣賞品質、觀眾席內的清潔程度、舞台效果、音響效果、提供節目資訊服務」是均呈現非常顯著的正相關；而在 0.05 顯著水準下，對於「燈光效果、購票方式與洗手間的清潔程度」則亦呈現顯著的正相關。

觀賞動機為「藝術推廣因素」在 0.01 顯著水準下，對於「提供餐飲服務與設有禮品供應部可購買相關紀念品等」是呈現非常顯著的正相關，但「演出水準或品質」卻呈現出非常顯著的負相關情形；在 0.05 顯著水準下，對於「演出者重視觀眾並會回應觀眾要求與設有服務台可供諮詢」兩項評估準則呈現顯著的正相關，而

表 5 觀賞者個人背景與其觀賞動機之差異檢定

變 項	因素一 藝術培養	因素二 藝術偏好	因素三 藝術推廣	因素四 藝術情感	因素五 藝術娛樂
<b>性別</b>					
男	-0.06	-0.25	-0.09	-0.08	0.02
女	0.04	0.13	0.05	0.04	-0.01
T 值	-1.08	-3.96	-1.40	-1.27	0.28
顯著值	0.28	0.00**	0.16	0.20	0.78
<b>年齡</b>					
A.30 歲以下	0.07	-0.09	0.12	0.02	-0.06
B.31~50 歲	0.02	0.23	-0.11	0.05	0.12
C.51 歲以上	-0.67	-0.11	-0.65	-0.37	0.09
F 值	8.42	4.88	10.27	2.43	1.53
顯著值	0.00**	0.01**	0.00**	0.09	0.22
LSD 檢定	A,B>C	A<B	A>B>C		
<b>教育程度</b>					
A.高中職(含)以下	0.27	-0.032	0.44	-0.19	-0.25
B.專科	0.23	0.32	0.03	0.20	-0.04
C.大學	-0.09	-0.01	-0.09	0.07	-0.08
D.研究所(含)以上	-0.33	0.08	-0.32	-0.00	0.14
F 值	7.56	6.49	9.88	2.28	3.05
顯著值	0.00**	0.00**	0.00**	0.08	0.03*
LSD 檢定	A,B>C,D	B,C,D>A; B>C	A>B,C,D; B>D		B,D>A
<b>個人月平均收入</b>					
A.30,000 元以下	0.17	-0.17	0.22	-0.06	-0.07
B.30,001 ~ 50,000 元	-0.18	0.21	-0.20	0.13	-0.01
C.50,001 ~ 100,000 元	-0.21	0.24	-0.24	0.05	0.17
D.100,001 元以上	-0.14	-0.55	-0.73	-0.43	0.50
F 值	5.23	6.98	9.27	1.75	2.10
顯著值	0.00**	0.00**	0.00**	0.16	0.10
LSD 檢定	A>B,C	B,C>A,D	A>B,C,D		
<b>藝術興趣受誰影響</b>					
有受誰影響	-0.06	-0.08	0.15	0.14	-0.01
沒有受誰影響	0.06	0.08	-0.14	-0.13	0.01
T 值	-1.27	-1.73	3.21	2.96	-0.16
顯著值	0.21	0.08	0.00**	0.00**	0.88
<b>學習藝術課程</b>					
無	-0.07	-0.14	-0.19	0.10	0.07
有	0.04	0.08	0.12	-0.06	-0.04
T 值	-1.14	-2.31	-3.26	1.63	1.16
顯著值	0.26	0.02*	0.00**	0.10	0.25
<b>參加藝術團體</b>					
是	0.11	0.04	0.15	-0.14	-0.14
否	-0.07	-0.02	-0.09	0.09	0.09
T 值	1.92	0.61	2.54	-2.48	-2.34
顯著值	0.06	0.54	0.01**	0.01**	0.02*
<b>閱讀藝術消息</b>					
是	0.07	0.18	-0.05	-0.08	-0.02
否	-0.21	-0.57	0.18	0.26	0.06
T 值	2.54	7.15	-2.11	-3.14	-0.69
顯著值	0.01**	0.00**	0.04*	0.00**	0.49
<b>每月藝術費用</b>					
A.1,000 元以下	0.03	-0.26	0.22	-0.01	-0.08
B.1,001 ~ 3,000 元	-0.01	0.13	-0.10	0.08	0.02
C.3,001 元以上	-0.05	0.37	-0.34	-0.27	0.15
F 值	0.16	12.53	9.33	2.92	1.30
顯著值	0.86	0.00**	0.00**	0.06	0.27
LSD 檢定		B,C>A	A>B,C		

註：\*表 p 0.05 , \*\*表 p 0.01。

「演出內容與演出者之演奏或演唱等技巧」卻呈現顯著的負相關情形。基本而言，觀賞動機在「藝術推廣因素」越高，對「演出者重視觀眾並會回應觀眾要求、設有服務台可供諮詢、提供餐飲服務、設有禮品供應部可購買相關紀念品等」之期望程度亦越高。

觀賞動機為「藝術情感因素」在 0.01 顯著水準下，對於「演出者之表演態度、其他觀眾水準、座椅舒適度、與前排座椅距離、觀眾席內的清潔程度、舞台效果、燈光效果、音響效果、交通便利性、設有服務台可供諮詢、前台服務方式、服務人員態度、音樂廳內外設有方向指標、洗手間之數量與各項衛生用品的多寡、洗手間的清潔程度」均呈現非常顯著的正相關；而在 0.05 的水準下，對於「表演者或表演單位的知名度、演出者之演奏或演唱技巧、觀眾席內欣賞品質、購票方式」則呈現顯著的正相關。

觀賞動機為「藝術娛樂因素」在 0.01 顯著水準下，對於「觀眾席內的清潔程度與提供節目資訊服務」是呈現非常顯著的正相關；而在 0.05 顯著水準下，對於「演出水準或品質、演出時間合適與否、座椅舒適度及音響效果」均呈現顯著的正相關。綜合上述研究分析後發現，觀賞者的觀賞動機與其觀賞前評估準則重視度之關係上，兩者大致呈現正相關，亦顯示觀賞者觀賞動機對其觀賞前評估準則有影響。結果如表 6 所示。

### (三) 觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度差異之檢定分析

在觀賞前評估準則重視度方面，其變項之平均值大部分較高。在 30 個變項中，有 15 個變項其平均值分數超過 4.00，顯示觀賞前評估準則是呈現出高重視度之情形。在觀賞後評估準則滿意度方面，只有 3 個變項平均值有超過 4.00，其餘全部變數之平均值分數皆未超過此值，相對於觀賞前評估準則重視度而言是呈現出觀賞後評估準則低滿意度之情形。若以各變項的重視度與滿意度來看，兩者平均值之差大多為正數，呈現高重視度低滿意度之情形。而「設有觀賞電視實況轉播休息區」此項變數，則是呈現滿意度高於重視度，顯示觀賞者對於此項服務是持正面的肯定。但在「提供餐飲服務與設有禮品供應部可購買相關紀念品等」2 項變數上，雖然顯示出觀賞者對於其滿意度是高於重視度的情形，但其滿意度卻是相對較低。尤其大部分觀賞者對於餐飲與禮品都表示其販售價格太過於昂貴，故此 2 項變數仍然有待改進。

若以統計方法檢定觀賞者對於觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度之間是否有差異情形，經由配對樣本 t 檢定分析後發現，在「表演者或表演單位的知名度、演出者重視觀眾並會回應觀眾要求、提供餐飲服務與前台服務方式」是無顯著差異，顯示觀賞者對於此 4 項變數是觀賞前重視度與觀賞後滿意度都相當符合，亦能夠接受，且其差值亦無太大差距出現。也表示國內表演者與表演單位的知名度已打開市場，且也與觀賞者互動良好，以及國家音樂廳的服務人員態度亦給



表 6 觀賞者觀賞動機與觀賞前評估準則重視度之相關分析

變 項	因素一 藝術培養	因素二 藝術偏好	因素三 藝術推廣	因素四 藝術情感	因素五 藝術娛樂
<b>節目內容部分</b>					
票價	-0.01	0.08	0.04	0.08	0.06
表演者或表演單位的知名度	0.10*	0.33**	-0.92	0.11*	0.08
演出內容	0.23**	0.25**	-0.11*	-0.04	0.08
演出形式	0.13**	0.24**	-0.08	0.07	0.05
演出水準或品質	0.19**	0.25**	-0.13**	0.03	0.09*
演出時間合適與否	0.08	0.12**	0.01	0.07	0.11*
演出者重視觀眾並會回應觀眾要求	0.09	0.08	0.12*	0.05	0.03
演出者之表演態度	0.19**	0.14**	-0.00	0.12**	0.02
演出者之演奏或演唱等技巧	0.22**	0.26**	-0.11*	0.10*	0.06
其他觀眾的水準	0.13**	0.05	0.06	0.13**	-0.01
觀眾席內欣賞品質	0.10**	0.18**	-0.01	0.09*	0.07
<b>觀賞環境設施</b>					
觀眾席出入口的動線安排	0.13**	0.07	0.07	0.09	0.03
座椅舒適度	0.12*	0.05	-0.03	0.12**	0.11*
與前排座椅距離	0.08	0.08	-0.01	0.12**	0.03
觀眾席內的清潔程度	0.13**	0.13**	-0.05	0.17**	0.13**
舞台效果	0.20**	0.13**	-0.06	0.15**	0.05
燈光效果	0.17**	0.11*	0.00	0.12**	0.09
音響效果	0.20**	0.16**	-0.08	0.15**	0.10*
<b>週邊服務設施</b>					
購票方式	0.06	0.12*	0.04	0.12*	0.08
提供節目資訊服務	0.16**	0.17**	-0.03	0.07	0.02
交通便利性	0.09	0.07	0.03	0.15**	0.22**
提供餐飲服務	0.12*	-0.01	0.22**	0.06	-0.03
設有服務台可供諮詢	0.16**	0.05	0.12*	0.13**	0.03
前台服務方式	0.07	-0.00	0.05	0.17**	0.06
服務人員的態度	0.13**	0.01	0.04	0.19**	0.04
設有禮品供應部購買相關紀念品等	0.16**	-0.02	0.17**	0.07	-0.04
設有觀賞電視實況轉播休息區	0.14**	0.05	0.09	0.08	0.01
音樂廳內、廳外設有方向指標	0.13**	0.04	0.07	0.18**	0.05
洗手間之數量與各項衛生用品多寡	0.13**	0.08	-0.04	0.17**	0.08
洗手間的清潔程度	0.15**	0.11*	-0.02	0.17**	0.06

註：\*表達 0.05 顯著水準，\*\*表達 0.01 顯著水準。

是所有變項中滿意度最低，但比較其差值仍是亦顯示較為滿意的。而其餘變數大部分則呈現出重視度對於滿意度有非常顯著差異之情形(顯著值均為 0.00)，顯示出在上述之節目與設施中，觀賞者對於此之滿意是度低於其重視度，代表國家音樂廳在此方面其水準仍有待提昇。詳細結果請參見表 7。

## 七、結論與建議

### 7.1 結論

在觀賞者個人背景資料方面，觀賞者以女性、年齡在 30 歲以下、高教育程度、職業為學生居多，一般上班族其次；而受訪者平均的月收入也較少，10,000 元

表 7 觀賞者觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度之配對樣本 t 檢定分析

變 項	重視度平 均值(I)	滿意度平 均值(S)	差(I-S)	t 值	顯著值
<b>節目內容部分</b>					
票價	3.72	3.39	0.33	6.70	0.00**
表演者或表演單位的知名度	3.73	3.72	0.01	0.45	0.65
演出內容	4.21	3.93	0.28	7.40	0.00**
演出形式	4.12	3.93	0.19	4.96	0.00**
演出水準或品質	4.40	4.03	0.37	9.85	0.00**
演出時間合適與否	4.11	3.89	0.22	5.65	0.00**
演出者重視觀眾並會回應觀眾要求	3.73	3.67	0.06	1.62	0.11
演出者之表演態度	4.19	3.97	0.22	5.95	0.00**
演出者之演奏或演唱等技巧	4.26	4.01	0.25	6.71	0.00**
其他觀眾的水準	3.93	3.26	0.67	11.96	0.00**
觀眾席內欣賞品質	4.16	3.38	0.78	14.75	0.00**
<b>觀賞環境設施</b>					
觀眾席出入口的動線安排	3.80	3.57	0.23	4.94	0.00**
座椅舒適度	3.91	3.66	0.25	5.16	0.00**
與前排座椅距離	3.88	3.46	0.43	7.97	0.00**
觀眾席內的清潔程度	4.19	4.03	0.16	3.97	0.00**
舞台效果	4.14	3.88	0.26	6.75	0.00**
燈光效果	4.11	3.87	0.24	6.28	0.00**
音響效果	4.30	3.92	0.38	9.06	0.00**
<b>週邊服務設施</b>					
購票方式	3.86	3.59	0.27	5.61	0.00**
提供節目資訊服務	3.96	3.49	0.47	10.60	0.00**
交通便利性	4.09	3.89	0.20	4.85	0.00**
提供餐飲服務	3.10	3.18	-0.08	-1.61	0.11
設有服務台可供諮詢	3.71	3.60	0.11	3.18	0.00**
前台服務方式	3.69	3.63	0.06	1.44	0.15
服務人員的態度	4.03	3.86	0.17	3.96	0.00**
設有禮品供應部可購買相關紀念品等	2.95	3.33	-0.38	-8.71	0.00**
設有觀賞電視實況轉播休息區	3.35	3.50	-0.15	-3.58	0.00**
音樂廳內、廳外設有方向指標	3.92	3.77	0.15	3.76	0.00**
洗手間之數量與各項衛生用品多寡	4.08	3.49	0.59	10.36	0.00**
洗手間的清潔程度	4.28	3.74	0.54	10.81	0.00**

註：\*\*表 p 0.01。

以下的佔 37.1%，其次是 30,001~40,000 元之間(14.2%)；且對於藝術興趣大多沒有受誰影響、學習過音樂類課程最多、參加過相關藝術團體較少、大部分會閱讀藝術消息、每月藝術費用通常在 3,000 元以下。在觀賞動機方面，以「培養對藝文活動興趣、因節目內容吸引、因個人興趣、休閒娛樂」為最主要之觀賞動機。而觀賞動機經因素分析結果將之分為五個因素，分別是：「藝術培養因素」、「藝術偏好因素」、「藝術推廣因素」、「藝術情感因素」與「藝術娛樂因素」，並以此因素分析結果與個人基本資料、觀賞前評估準則重視度分別作進一步分析。在觀賞前評估準則重視度方面，以「演出水準或品質、音響效果、洗手間的清潔程度、演出者之演奏或演唱等技巧、演出內容」等最為重視。而觀賞後評估準則滿意度方面，以「演出水準或品質、觀眾席內的清潔程度、演出者之演奏或演唱等技巧」最為滿意。

綜合上述研究結果達到本研究之目的。

在表演藝術觀賞者個人背景與其觀賞動機之關係方面，經單因子變異數分析與獨立樣本 t 檢定後發現觀賞者個人背景不同，其觀賞動機亦不同。而此研究結果達到本研究之目的。

在表演藝術觀賞者的觀賞動機與其觀賞前評估準則重視度之關係方面，經相關分析後發現，兩者大致上呈現正相關，亦顯示出觀賞者觀賞動機對其觀賞前評估準則重視度有影響。而此研究結果達到本研究之目的。

在觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度之關係方面，經由配對樣本 t 檢定分析後發現，除「表演者或表演單位的知名度、演出者重視觀眾並會回應觀眾要求、提供餐飲服務與前台服務方式」是無顯著差異，其餘如等變數大部分則呈現出重視度對於滿意度有非常顯著差異之情形，顯示觀賞者之觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度有所不同。而此結果亦達到本研究之目的。經由前述的研究結果，分別達到了本研究之四個研究目的，也解決本研究的問題。

本研究過程遭遇限制有：(一)由於母體的相關統計資料難以獲得，因此無法就母體及樣本做檢定，以瞭解樣本之代表性。(二)國家音樂廳的節目分為可分為自製節目與外租節目兩種。但由於外租節目較難以取得主辦單位之同意，故抽樣場次的選擇上均以自製節目為主。(三)由於研究時間之故，故調查時間受限於下半年度 12 月與次年 1 月。此時為國家音樂廳的旺季，且是外國表演藝術團體來台演出節目較多，本國演出節目較少。(四)在研究對象上雖是以國家音樂廳之觀眾為受訪對象，但主要是針對本國人而言。然國家音樂廳是屬國際性之公開場所，仍有少數外國友人會前往觀賞。而這些外國友人並未列入為調查對象。(五)在抽樣場次為求一致性與同質性，故均選擇以交響樂類的節目為主。(六)限於各種資源的不足，無法對表演藝術觀賞者做一長期縱向之系列調查，以了解觀賞者之個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度有何異同。

## 7.2 建議

### (一) 對相關主管機關的建議

對於國家音樂廳而言，受訪觀賞者對其所展演出的節目與其所提供的設施大致來說是呈現普通滿意的水準。其中對於節目內容之「演出內容、演出形式、演出的水準或品質、演出者之演奏或演唱技巧等」皆較為滿意，顯示受訪觀賞者對於國家音樂廳所展演之節目的支持與肯定；並對於「觀眾席內的清潔程度」上亦相當滿意，顯示在這方面國家音樂廳已達到一定水準。但若與重視度相比較，仍有些地方可加強與改善，使觀賞者更加滿意。在節目內容方面：從本研究結果中可發現，受訪觀賞者對於「其他觀眾的水準、觀眾席內欣賞品質」的滿意度最低，且與重視度相較後，出現較大的落差值；尤其長久以來國人欣賞表演藝術的水準沒有提昇，顯示相關教育單位需對國人進行再教育與教導，國家音樂廳也能多與配合共同宣導。在

觀賞環境設施方面：從本研究結果中可發現，受訪觀賞者對於「與前排座椅距離」滿意度最低，且重視度與滿意度落差值較大。而在調查中有受訪觀賞者針對此提出與前排座椅距離太小，沒有走道，位於後座之觀賞者的腳易碰至前座椅背，以至於造成前座觀賞者有不舒服的感覺。由於此牽涉到硬體設施之問題，大部分之座椅為固定形式，恐難以拆除更動；且座位距舞台之遠近又牽涉到會有不同之票價，在座位數容納量與票價收入皆最大化原則下，或許是當初設計者之最佳考量。在週邊服務設施方面：從本研究結果中可發現，受訪觀賞者對於「提供餐飲服務、設有禮品供應部可購買相關紀念品等」重視度與滿意度均為最低，但在檢查滿意度和重視度之差後，發現此二項是唯一顯著的正面回應，亦既其滿意度高於其重視度，有關單位應該著重於禮品的設計，不能過分的藝術抽象，使其與大眾絕緣，卻也不能過分的商業化，讓到來的藝術欣賞者感覺不到價值。在調查中發現，有觀賞者反應餐飲與禮品部之販售價格較為昂貴，這可能是導致普遍滿意度不高之因。在此方面，或許國家音樂廳可利用定期或不定期之促銷或者折扣回饋給屬於「常客」之觀賞者。不但可吸引觀賞者多參與藝文活動，亦可增加這些附屬設施之營業收入。

整體而言，最令觀眾感到不滿的，並非場地或是表演內容，反而是觀賞者對其他觀賞者素質之不滿，這也意味著國民全體的藝術修養仍不及國外，這也應是政府積極建設中正文化藝術中心之故，本研究認為應將此任務視為薰陶國民的藝術修養，而不要將之當成商業化的產品銷售，接著學校等單位要積極培養觀賞者的藝術修養，畢竟這並非一般的電影院，必須同時尊重到四周圍的觀賞者，以及對表演者的尊重，若是有觀單位能夠積極促進本國藝術表演者的崛起，那麼假以時日，國民平均的藝術修養將大大提昇。其次，有關單位應該瞭解每一個節目的內容，並依內容的型態所定其觀賞族群，才能做出最有效的宣傳，讓有藝術細胞的人，不至於因為資訊不足而無法身臨其境。

研究的結果還發現，即使大部分的觀賞者，大都是月收入微薄的學生，但是價錢卻仍非他們的首要考量因素，而且也很少會為了學校規定而前往，可見學生群的文化氣質和藝術修養已經有了雛形，漸漸地就可以影響到其他的觀賞群，從這點上可以看出有關單位的用心漸漸發生效果了，全民的藝術修養正慢慢的提昇當中。

## （二）對後續研究的建議

從研究的廣度上看，後續研究可探討不同表演藝術類別項目下，觀賞者之個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度有何異同，而其之間的關係又為何。例如音樂類之國樂、西樂等；戲劇類之舞台劇、歌仔戲等；舞蹈類之現代舞、民族舞等；不同的表演藝術類別可能會有不同的觀賞者、不同的動機與不同觀賞評估準則，因此去比較其差異是可行的。從研究的深度來看，比較同一表演藝術類別項目，在不同的淡、旺季等時間因子下，觀賞者之個人背景、觀賞動機、觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度有何異同，而其之間的關係

又為何。此外，可比較不同國家或種族的觀賞者，在其不同的個人背景、文化差異等影響下是否亦會造成其觀賞動機、觀賞前評估準則重視度與觀賞後評估準則滿意度之異同，亦是可行的研究方向。

另外，在研究的限制與改進方面，本研究在表演會場處尋求受訪者來回答問卷，因為回收之問卷必須達到一定的數量，又考慮到表演的場次有限會影響到發收問卷的機會，因此本研究只能對願意受訪者來者不拒，這也許會造成所收集的資料，無法明確的顯示受訪者職業的比例，故本研究只能以受訪者所提供的資料作一理論性分析及提供建議，未來之研究可在樣本之信度與效度，以提高資料之準確性。

## 參考文獻

1. Kotler, P., & Scheef, J., 票房行銷：飛利浦 科特勒談表演藝術行銷策略(高登第譯)，台北：遠流出版，(原文於 1997 年出版)，1998。
2. Naisbitt, J., & Aburden, P., 2000 年大趨勢(尹萍譯)，台北：天下文化出版，1990 頁 69-85，(原文於 1990 年出版)。
3. 台北表演場所現況(上)：國家音樂廳、國家戲劇院(1992, October), 表演藝術，試刊號，頁 23。
4. 李炎，國立中正文化中心八十五年工作概況，社會教育年刊，(45)，1997，頁 125。
5. 李惠美，國立中正文化中心與表演藝術圖書館，教學科技與媒體，(11)，1993，頁 14-15。
6. 李銘輝，觀光地理，台北：揚智文化事業股份有限公司，1993，頁 176。
7. 林淑美，彭哲明，國家音樂廳觀後座談會—缺失在哪裡，音樂與音響，(173)，1987，頁 60-78。
8. 為百代立規模：會診國家劇院音樂廳，文星，(110)，1987，頁 41。
9. 國家劇院及音樂廳營運管理籌備處，拭目以待—國家劇院及音樂廳演出前瞻，音樂與音響，(167)，1987，頁 50。
10. 張繼高，國家劇院和音樂廳如何經營？且聽十位專家的看法和經驗談，音樂與音響，(167)，1987，頁 39。
11. 廖欽佐，以 EKB 模式探討台北市個人人身保險市場消費者之購買決策行為，國立交通大學管理科學研究所未出版之碩士論文，1994，頁 14。
12. 劉盛強，觀國家音樂廳一月記，音樂與音響，(173)，1987，頁 44。
13. 樂為良，解惑？釋惑？—為國家劇院音樂廳說幾句話，文星，(110)，1987，頁 46。

14. 龐正平，國家戲劇院與音樂廳主觀測試問卷調查經驗之研討，中興工程，(40)，1993，頁 129-141。
15. 饒嘉齡(1992)，飛簷下的現代—兩廳院建築與聲光，表演藝術，試刊號，頁 24。
16. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., Consumer Behavior (8th ed.). Fort Worth, Texas: Dryden Press, 1995.
17. Gilbert, D., & Lizotte, M., “ Tourism and the performing arts ”, Travel and Tourism Analyst, 1, 1998, pp.82-96.
18. Hughes, H. L., “ Culture as a tourist resource- a theoretical consideration ”, Tourism Management, 8(30), 1987, pp.205-216.
19. Hughes, H. L., “ Theatre in London and the inter-relationship with tourism ”, Tourism Management, 19(5), 1998, pp.445-452.
20. Um, S., & Crompton, J. L., “ The roles inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions ”, Journal of Travel Research, 30(3), 1992, pp.18-25.